

Canales de Distribución y Comunicación: Conectando con Nuestros Clientes

1. ¿En qué consiste?

Los canales de distribución y comunicación son las herramientas fundamentales que utilizamos para establecer un vínculo entre nuestro producto o servicio y nuestros clientes. Este bloque se divide en dos partes esenciales:

- **Vías de Comunicación:** Aquí definimos cómo informar y conectar con nuestros clientes para dar a conocer nuestra propuesta de valor. Esto abarca todas las estrategias que empleamos para captar su atención, generar interés y motivar la acción. No se trata solo de informar, sino de crear una conexión emocional que haga que el cliente se sienta identificado con lo que ofrecemos.
- **Vías de Distribución:** Se refiere a cómo entregamos nuestra propuesta de valor a los clientes. Es decir, cómo garantizamos que ellos reciban lo que ofrecemos de manera eficiente y a tiempo. La distribución no sólo implica la entrega física, sino también las plataformas donde los clientes pueden acceder a los productos (en el caso de productos digitales) o a los servicios (como una suscripción online).

2. Los canales son esenciales para:

- **Crear Percepción:** Es fundamental que los clientes sepan que nuestro producto o servicio existe. Para ello, debemos utilizar los canales adecuados (como publicidad online o recomendaciones de influencers) para llegar a nuestro público objetivo. Aquí, se trata de generar una primera impresión impactante.
- **Facilitar la Evaluación:** Los clientes deben poder analizar si lo que ofrecemos les interesa. Esto se logra mediante contenido visual, como videos, testimonios de otros clientes y comparaciones con productos similares. Por ejemplo, ofrecer demostraciones del producto en redes

sociales o en sitios web donde el cliente pueda evaluar las características.

- **Realizar la Compra:** Debemos definir dónde y cómo los clientes pueden adquirir nuestro producto o servicio. ¿Es fácil para ellos comprarlo? Aquí es clave ofrecer varias opciones de pago y canales para la compra: venta en tiendas físicas, ventas online, aplicaciones móviles, etc.
- **Gestionar la Entrega:** Asegurarnos de que el producto o servicio llegue a los clientes de manera eficiente y en buen estado. Este punto incluye tanto la entrega física como la digital (si se trata de productos descargables o servicios online). Además, debemos garantizar que el proceso de entrega sea rápido, fiable y conveniente para el cliente.
- **Garantizar la Postventa:** Una vez que los clientes han comprado, debemos asegurarnos de que estén satisfechos. La atención al cliente post venta es clave para fidelizar a los clientes. Ofrecer asistencia, devoluciones fáciles, actualizaciones o complementos al producto son ejemplos de cómo garantizar una experiencia postventa satisfactoria.
- **Guía para Desarrollarlo**
- **Identificar las Vías de Comunicación:** Es crucial pensar en cómo llegaremos a nuestros clientes y cómo les daremos a conocer nuestra propuesta. Algunas vías de comunicación pueden ser:
 - **Publicidad Online:** Utilizar plataformas como redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, etc.) y Google Ads para captar la atención de los clientes. La publicidad debe ser personalizada, segmentada y basada en los intereses del público objetivo. La publicidad programática puede ser útil para llegar a los clientes adecuados en el momento adecuado.
 - **Boletines Informativos (Email Marketing):** Una de las formas más efectivas de mantener una relación constante con los clientes es a través de correos electrónicos personalizados. Estos pueden incluir actualizaciones de productos, ofertas, encuestas de satisfacción o novedades sobre la marca.
 - **Publicidad Física:** Aunque en la era digital la publicidad online es crucial, los carteles, flyers y otros materiales impresos pueden ser efectivos si se colocan en puntos estratégicos donde el público objetivo pueda verlos, como en tiendas, eventos o lugares de alta afluencia.
 - **Influencers y Alianzas:** Colaborar con influenciadores que ya tienen la confianza de tu público objetivo puede ser una excelente vía para comunicar tu propuesta. Las alianzas con

otras marcas o eventos también pueden ser claves para aumentar tu visibilidad.

- **Identificar las Vías de Distribución:** Aquí reflexionamos sobre cómo los clientes recibirán nuestro producto o servicio. Algunos ejemplos incluyen:
- **Venta Directa en Tiendas Físicas:** Para productos tangibles, la venta directa permite que los clientes vean, prueben y evalúen los productos antes de la compra. Es clave ofrecer una experiencia de compra memorable (personalización, atención al cliente, etc.).
- **Envíos a Domicilio:** Usar transportistas confiables para entregar productos directamente a los hogares de los clientes. Para esto, el proceso de compra debe ser claro y eficiente, y la opción de seguimiento del pedido es importante para generar confianza.
- **Descargas Online:** En caso de productos digitales (software, ebooks, música, etc.), la distribución mediante descargas directas es la vía más eficiente. Aquí, es importante tener un sistema seguro y fácil para que los clientes descarguen lo que compraron.



